



**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA**

**CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**HABILITAÇÃO: PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**MONOGRAFIA PARA CONCLUSÃO DE CURSO**

**PROF. ORIENTADORA: AMALIA RAQUEL PÉREZ-NEBRA**

**FATORES QUE LEVAM AS MULHERES A PROCURAREM CLÍNICAS DE  
ESTÉTICA**

**CLÁUDIA CRISTINE GALLEGUILLLOS KEMPF DE FARIAS**

**RA Nº 2036640/0**

**Brasília/ DF, novembro de 2007**

**CLÁUDIA CRISTINE GALLEGUILLOS KEMPF DE FARIAS**

**FATORES QUE LEVAM AS MULHERES A PROCURAREM CLÍNICAS DE  
ESTÉTICA**

Monografia apresentada como um dos  
requisitos para conclusão do curso de  
Comunicação Social, habilitação em  
Publicidade e Propaganda do UniCEUB –  
Centro Universitário de Brasília

Profa. Orientadora: Mestre Amalia Raquel  
Pérez-Nebra

**Brasília/ DF, novembro de 2007**

CLÁUDIA CRISTINE GALLEGUILLOS KEMPF DE FARIAS

**FATORES QUE LEVAM AS MULHERES A PROCURAREM CLÍNICAS DE  
ESTÉTICA**

Monografia apresentada como um dos  
requisitos para conclusão do curso de  
Comunicação Social, habilitação em  
Publicidade e Propaganda do UniCEUB –  
Centro Universitário de Brasília.

**Banca examinadora:**

---

**Profa Me Amalia Raquel Pérez-Nebra**  
**Orientadora**

---

**Prof. BA Bruno Nalon**  
**Examinador**

---

**Prof. PhD Sérgio Euclides de Souza**  
**Examinador**

**Brasília/DF, novembro de 2007**

A todos aqueles que buscam uma  
compreensão maior do comportamento  
humano.

## AGRADECIMENTO

A minha mãe que me deu todo o carinho  
e apoio necessários;

Ao meu pai que me serviu de inspiração;

À professora Amália por esclarecer-me  
diversas dúvidas em relação à  
Metodologia do trabalho;

A Deus por me dar forças para continuar  
sonhando.

## **RESUMO**

O presente trabalho buscou Descrever quais fatores influenciam o comportamento e o autoconceito das mulheres que utilizam de procedimentos estéticos. Para contextualizar o trabalho foi apresentado um histórico dos estereótipos de beleza até a recente data e um breve comentário sobre o autoconceito de mulheres. A metodologia utilizada foi uma pesquisa de campo exploratória, com aplicação de entrevistas individuais e questionários baseados no Inventário Feminino dos Esquemas de Gênero do Autoconceito (IFEGA). Foram entrevistadas dez mulheres entre vinte e cinco e sessenta anos, no Centro Clínico Femmina. Com a pesquisa pode-se verificar que a preocupação com a própria aparência apresentou-se como parte integrante na vida de todas as entrevistadas. Na escala IFEGA, os escores superiores foram em Ajustamento Social, Arrojamento e Sensualidade. Assim, é possível inferir que a questão social é fundamental para estas mulheres, já que se percebem ajustadas socialmente e a aparência parece ser bastante central neste ajustamento. A pesquisa foi exploratória e sugere muitos outros campos de trabalho e pesquisa para prosseguirem e responderem a questão central do trabalho.

**Palavras-chave:** beleza, mulher, autoconceito, estética, comportamento.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>8</b>
1.1 Objetivo Geral .....	9
1.2 Objetivos específicos .....	9
<b>2. A BELEZA ESSENCIAL .....</b>	<b>10</b>
2.1 Breve História da Beleza .....	11
2.1.1 Valores do brasileiro .....	14
2.1.2 A Beleza contemporânea .....	14
2.2 História da Medicina Estética/ Cosmética .....	14
2.3 Comportamento do Consumidor/ Autoconceito .....	15
<b>3. MÉTODO DA PESQUISA .....</b>	<b>17</b>
<b>4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>	<b>19</b>
<b>5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>28</b>
<b>6. REFERÊNCIAS .....</b>	<b>29</b>
<b>7. APÊNDICE .....</b>	<b>31</b>
<b>8. ANEXOS .....</b>	<b>35</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde o surgimento da humanidade a beleza sempre foi valorizada e almejada pela maioria dos povos. Diversos esforços foram direcionados para aproximar-se do ideal de beleza. Porém, o conceito de beleza é relativo, pois o que é belo para determinada sociedade não é necessariamente para outra. Valores e influências tipicamente brasileiros fazem com que a dinâmica de consumo da beleza no Brasil seja diferente dos demais países. Fatores socioculturais têm atuado no desenvolvimento e manutenção do distúrbio da imagem do corpo (HEINBERG, 1994). As mulheres são as mais afetadas, pois a própria imagem da mulher e do feminino está associada à beleza (NOVAES; VILHENA, 2003). A mídia se encarrega de divulgar um padrão de aparência física ideal (MAZUR, 1986), influenciando na auto-estima e autoconceito, e gerando conflito naqueles que recebem e absorvem a mensagem.

O desejo de se tornar uma pessoa mais bela ou de recuperar a juventude atrai um número maior de pessoas a cada ano, o que faz com que esse ramo da medicina, que existe no Brasil desde 1987 (SBME, 2007), seja também atrativo para o mercado publicitário. Cerca de 50 mil pessoas por ano, no Brasil, recorrem à Bioplastia, procedimento estético incisivo onde há introdução de material para preenchimento ou molde, sendo que só em Brasília são 5 mil por ano (DFTV). O Marketing e a Publicidade Médica direcionados para os consumidores de procedimentos estéticos são segmentos que estão em constante crescimento. Portanto, entender o que motiva os clientes deste mercado e fazer com que a publicidade seja eficaz é um começo que parece interessante, agregada a medicalização da beleza apresentada em grande parte das revistas direcionadas ao público feminino.



O trabalho em questão busca, por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo exploratória, identificar quais os fatores que fazem com que as mulheres consumam procedimentos estéticos. Entenda-se como procedimento estético o realizado por médico credenciado, apto a realizar intervenção com agulhas e instrumentos de corte (PEQUENAS EMPRESAS E GRANDES NEGÓCIOS).

O presente projeto fará uma abordagem sobre o Comportamento do Consumidor, e terá como tema o autoconceito, a beleza e o conflito gerado pela pressão sociocultural.

A questão do autoconceito é essencial neste trabalho, pois o comportamento de compra está diretamente ligado ao que a pessoa acredita ser mais adequado a ela.

De acordo com o estudo será apresentada a seguinte questão: Por que as mulheres procuram clínicas de estética?

### ***1.1 Objetivo Geral***

Descrever quais fatores influenciam o comportamento e o autoconceito das mulheres que utilizam de procedimentos estéticos.

### ***1.2 Objetivos específicos***

Os objetivos específicos deste trabalho consistem em apontar os estereótipos de beleza através dos tempos até a recente data, identificar quais características do comportamento do consumidor são influenciadas para o consumo de procedimentos estéticos, descrever autoconceito de mulheres que procuram clínicas de estética e descrever o possível conflito que estejam vivendo.

A escolha do tema foi baseada na importância que a beleza adquiriu na vida do indivíduo contemporâneo, como uma norma social, que segundo Asch (1977) regula a conduta e limita a liberdade de ação. O que é relevante, já que o aumento de procedimentos estéticos tende a crescer cada vez mais e há uma escassez de

material bibliográfico, em português, que identifique certos comportamentos do consumidor diante dessa realidade.

Será apresentada uma revisão de literatura sobre os temas, Auto-Conceito, Beleza e Comportamento do Consumidor; Aprofunda-se o tema desenvolvido neste trabalho; apresenta-se a metodologia de pesquisa qualitativa, realizada em mulheres de Brasília que fazem tratamentos estéticos.

## **2 A BELEZA ESSENCIAL**

### ***2.1 Breve História da Beleza***

Através dos tempos, a preocupação com a auto-imagem tornou-se parte da vida das pessoas. Segundo Coleman et al (2000), a cirurgia cosmética e a medicina estética são tão antigas quanto a própria humanidade. O desejo de alterar a aparência pode ter sua origem na religião, superstição ou higiene.

Sociedades primitivas praticavam escarificações - incisões simultâneas e superficiais na pele - e faziam tatuagens para alterarem permanentemente suas aparências. Algumas tribos utilizavam tampas inseridas no lábio inferior e orelhas, substituindo-as freqüentemente por tampas maiores, até que perfurações acima de 4 polegadas eram atingidas. Conforme Coleman et al (2000) variações desta prática permaneceram entre povos primitivos durante o século XX, ocorrendo até hoje em algumas culturas. Esses autores afirmam que registros deixados pelos egípcios refletem uma cultura obcecada pela aparência física pessoal. Médicos egípcios já praticavam a esfoliação da pele, além de utilizarem óleos animais, sais e alabastro para melhorar a aparência da pele. O interesse egípcio pela medicina e cirurgia cosmética estava diretamente ligado à arte e religião.

Por volta do segundo milênio antes de Cristo, na Mesopotâmia, os médicos já haviam se dividido por especialidades. Os babilônios se tornaram habilidosos em cirurgia. Na Índia, o Rig Veda (1500 a.C.) indicava um forte interesse pela cirurgia estética, principalmente dos olhos e nariz, já que na época a remoção de narizes era freqüente como forma de punição (COLEMAN et al, 2000).

Na Grécia, várias técnicas egípcias foram mantidas e aperfeiçoadas. Mulheres médicas eram numerosas e especializavam-se exclusivamente em cuidar da pele e cabelos. Roma era amplamente dominada pelo pensamento grego, e os médicos gregos eram altamente especializados, oferecendo tratamentos a uma sociedade que tinha grande consciência de beleza (COLEMAN et al, 2000).

Coleman et al (2000) expõem que o interesse pela cirurgia cosmética começou a declinar com a queda de Roma, porém, médicos chineses e indianos continuaram a aprimorar as suas técnicas. Na Europa, a Renascença fez ressurgir o

interesse pela medicina cosmética ou estética, com a tradução dos antigos manuscritos gregos e romanos. Entretanto, o progresso era limitado devido ao desconhecimento sobre microbiologia. No final do século XIX o nascimento da antissepsia permitiu uma nova fase da medicina cosmética que persiste inabalada até hoje.

Conforme Eco (2004) desde a Antiguidade existe uma relação entre beleza e proporção e que, de modo geral, tende-se a considerar como belo algo que esteja proporcional. Porém, o mesmo autor expõe também o pensamento de Tomás de Aquino durante o século XIII que sugere que, além de proporção, a beleza é composta por integridade e esplendor.

Eco (2004) relata alguns aspectos relativos aos ideais de beleza de determinadas épocas, e serão apresentados de forma breve, para elucidar esta mudança. O parágrafo a seguir faz uma paráfrase resumida do trabalho de revisão histórica de Umberto Eco (2004).

Na Grécia Antiga, a beleza estava relacionada às qualidades e caráter das pessoas. O belo estético passa a ter uma noção mais clara apenas mais tarde. Ordem e harmonia são os alicerces da beleza grega; Na Idade Média, Tomás de Aquino apresenta três características que compõem a beleza: clareza, integridade e proporção. Nesta época os senhores manifestavam seu poder adornando-se de ouro, jóias e roupas de cores fortes. Olhos luminosos verde-azulados são os mais belos. A pele devia ser rosada, demonstrando aspecto sadio. Na Renascença, a mulher utiliza cosméticos e cuida de seus cabelos de forma especial, tingindo-os de louro, podendo tender ao ruivo. O Renascimento é o período em que ganha força a teoria de que a beleza consiste na proporção das partes; Entre os séculos XVI e XVII a imagem feminina passa por um processo de transformação, onde a mulher torna-se dona-de-casa, educadora e administradora. No Romantismo a beleza é composta por sentimento e razão. A beleza romântica exprime um estado da alma. No século XX, os modelos de beleza são ditados pelos veículos de comunicação de massa. A questão imagética fica mais forte. Os ideais de beleza são propostos pelo consumo comercial de cada década. Início do século XXI: A ditadura da magreza e da jovialidade. Padrão de beleza é determinado por mulheres que fazem dietas da moda, recorrem, portanto, a tratamentos estéticos e cirurgias plásticas, com o intuito de se manterem sempre jovens e belas.

Este panorama da beleza através dos tempos é geral. A **beleza brasileira** possui influências e misturas próprias da identidade brasileira. Segundo Teixeira (2001), nos primeiros registros sobre a beleza de índios do Brasil, feitos por Pero Vaz de Caminha, na sua carta ao Rei Dom Manuel de Portugal, em 22 de abril de 1500, informando o descobrimento do Brasil, o escrivão da armada chefiada por Pedro Álvares Cabral, informa sobre a beleza da população nativa encontrada. Diz o escrivão:

os homens da terra [...] A feição deles é parda, algo avermelhada; de bons rostos e bons narizes. Em geral são bem feitos [...] E uma daquelas moças era tão bem feita e tão redonda, e sua vergonha tão graciosa que as muitas mulheres de nossa terra, vendo-lhes tais feições, provocaria vergonha, por não terem as suas como a dela [...] Os seus corpos são tão limpos tão gordos e formosos, a não mais poder (QUEIROZ, 1999, p 15).

A apreciação das características da população indígena teve sua percepção alterada devido ao colonialismo aliado à catequese, escravização e extermínio dos povos nativos. Com o tempo, as diferenças foram se transformando em sinais de desigualdade. Traços fenotípicos indígenas foram “perdendo o valor” e sendo desqualificados, ao serem comparados ao dos colonizadores europeus (QUEIROZ, 2000). A população negra, vinda da África através dos navios negreiros, também teve suas características raciais associadas à desigualdade, quando ao negro foi imposto estar no pólo daquele que sofre o processo de dominação política, econômica e cultural, e ao branco estar no pólo dominante (GOMES, 2006). A mulher brasileira, por ser fruto da mistura das raças negra, indígena e branca possui características fenotípicas de cada uma das raças. Esta mistura racial do corpo feminino brasileiro pode ser considerada patrimônio nacional, quando as características faciais e do cabelo, heranças negras, não forem estigmatizadas (EDMONDS, 2007).

O padrão de beleza exigido para as mulheres deixou de ser uma beleza natural e passou a ser uma beleza construída, como peças de quebra-cabeças diferentes, onde uma não se adapta a outra. O avanço tecnológico impôs para a mulher uma “beleza tecnológica”, moldável e dinâmica. As formas redondas tão admiradas em 1500 fazem parte apenas do passado, pois o padrão atual de beleza ordena a magreza. Os seios volumosos são aceitos se acompanhados de cintura fina e quadris largos. Segundo Edmonds (2007), a lógica atrás das operações plásticas visa dissolver a identidade racial, fundindo o extremo das raças, criando

uma fórmula, uma norma racional da mistura, que tende mais para os padrões europeus que para os africanos. Esses padrões estéticos também se manifestaram na cultura e nos valores nacionais.

### **2.1.1 Valores do brasileiro**

Tamayo (1994), através de um estudo anterior que estabelecia 56 valores compartilhados transculturalmente, propôs um estudo para identificar os valores tipicamente da cultura brasileira e encontrou 4 valores característicos. Os valores identificados foram: 1)“esperto”, 2)“sonhador”, 3)“ vaidade” e 4)“trabalho”. O valor “vaidade” é definido como “preocupação e cuidado com minha aparência”. A preocupação com a imagem pessoal e com a aparência faz parte dos valores do brasileiro.

### **2.1.2 A Beleza contemporânea**

Diversos estudiosos como Clay, Vignoles e Dittmar (2005) pesquisaram uma ligação entre a auto-estima e a aparência, mas conforme Solomon (2002) alguns consumidores exageram nessa conexão e se sacrificam demasiadamente para atingir o que acreditam ser uma imagem física favorável e desejável. Segundo Solomon (2002), a satisfação de uma pessoa com a imagem física que apresenta aos outros é afetada pelo quanto essa imagem se aproxima da imagem valorizada por sua cultura. Um ideal de beleza é um modelo específico. Uma norma social, feita por pessoas e para pessoas orientadas para as mesmas condições (ASCH, 1977). Ideais de beleza, para ambos os sexos, podem incluir vários fatores determinantes, como características físicas, estilo de vestir, cosméticos, penteados, tom de pele e tipo físico.

Segundo um levantamento da Sociedade Brasileira de Medicina Estética, em 2006, a procura por tratamentos de beleza cresceu 60% nos últimos cinco anos.

## ***2.2 História da Medicina Estética/ Cosmética***

Os avanços da medicina atingiram de forma positiva o campo da beleza, porém, apenas em 1973 a idéia do que veio a ser chamado de medicina estética foi discutida. Segundo SBME (2007) a história se desenvolveu da seguinte forma:

Em 1973, três grandes amigos dermatologistas resolveram sair de férias com suas famílias, a bordo de um navio pelo mar Mediterrâneo. A insatisfação humana com relação ao envelhecimento da pele e distorções corporais foram os principais temas das conversas. Surgiu assim, a primeira idéia de juntar esforços no sentido de estudar, pesquisar, traçar e solucionar os problemas estéticos. Nascia então a idéia de formação das Sociedades Nacionais de Medicina Estética. Os três amigos eram Dr. Jean Jacques Legrand, da França, Dr. Alberto Bertoleti, da Itália e Dr. Michel Delune, da Bélgica. No navio conheceram o médico de bordo, Dr. J. Font Rivera, um endocrinologista espanhol que se interessou na formação da referida sociedade. A primeira Sociedade de Medicina Estética foi criada na França, seguida rapidamente pela Bélgica, Itália e Espanha.

A Sociedade Brasileira de Medicina Estética foi fundada em 1987. Em 22 de setembro de 1988, foi realizada uma reunião para estabelecer estatutos da nova sociedade médica. Em 1989, realiza-se no Hotel Nacional, do Rio de Janeiro, o Primeiro Congresso Ibero-Americano de Medicina Estética, sendo o primeiro evento da SBME. Desde então, são realizados Congressos a cada ano, para atualizar as novas técnicas e tecnologias.

Como qualquer serviço ou produto de consumo, o interessado deve escolher um profissional confiável e pesquisar a técnica que melhor se adequar ao seu caso, para que o consumidor se sinta satisfeito ao final do tratamento.

## ***2.3 Comportamento do Consumidor e Autoconceito***

Um tratamento estético é uma prestação de serviço. O Comportamento do Consumidor é um fator de essencial importância, pois avalia e estuda os tipos de mecanismos que influenciam a compra de determinado produto ou serviço, a fim de satisfazer as necessidades e desejos de um indivíduo ou grupo de indivíduos. Entender o comportamento dos consumidores não é simples, os fatores que influenciam seu comportamento são diversos.

Segundo Kotler (1998), o processo de compra de um produto ou serviço engloba quem toma a decisão de compra, os tipos de decisões de compra e as etapas do processo de compra. Os principais fatores que influenciam o comportamento de compra são: Fatores Culturais, Fatores Sociais, Fatores Pessoais e Fatores Psicológicos. No presente trabalho, terão enfoque os fatores pessoais, mais precisamente o autoconceito.

Para Kotler (2000), o autoconceito está ligado diretamente à personalidade. Segundo Tamayo et al (2001), o primeiro a analisar a noção de Autoconceito foi William James. Sua contribuição constitui uma ruptura com a abordagem filosófica da época e introduz a dimensão social no autoconceito. James definiu tudo o que o indivíduo considera fazer parte de si como *self* (TAMAYO, 1981), isso inclui seu corpo, sua mente, seus bens materiais, família e trabalho. Dessa forma, segundo James, o autoconceito é formado por várias dimensões que se interligam para formar a percepção de si mesmo.

Sirgy (1982), em uma revisão crítica, expõe a visão geral de autoconceito apresentada por Rosenberg, em 1979: “Totalidade dos pensamentos e sentimentos do indivíduo, tendo por referencial a si mesmo como objeto” (SIRGY, 1982, p. 287). Sirgy (1982) apresenta que o autoconceito é construído por uma perspectiva multidimensional: real, ideal e social. O real consiste em como a pessoa se percebe, o ideal se refere a como a pessoa gostaria de se perceber e o social refere-se a como a pessoa se apresenta para os outros.

Tamayo (1981) baseado nas teorias de James caracteriza quatro dimensões para o autoconceito: o *self* pessoal, o *self* social, o *self* somático e o *self* ético moral.

O *self* pessoal consiste na forma como o indivíduo se percebe como pessoa, as suas características psicológicas (TAMAYO, 1981). Segundo o autor esta estrutura é dividida em dois componentes: segurança pessoal - formada pelas percepções e sentimentos de permanência e de confiança em si próprio; e o autocontrole - baseado na maneira como o indivíduo regula as suas ações, as suas relações e a forma como ele interage com o mundo.

Segundo Tamayo, a estrutura *self* social baseia-se na forma como o indivíduo interage com a sociedade, como ele se relaciona com as outras pessoas, na necessidade de complementaridade de si com o outro e no desejo de ser reconhecido pelas pessoas que estão ao seu redor. Esta estrutura também é



dividida em duas: atitude social - compreende as reações que o indivíduo utiliza nos seus relacionamentos com os outros; e receptividade social - formada pelas percepções da aceitação social do indivíduo, das suas inclinações com respeito ao relacionamento interpessoal, da sua relação com os outros e da sua capacidade de comunicação (TAMAYO, 1981).

O *self* somático, segundo Tamayo (1981), está relacionado com os aspectos físicos do indivíduo. as percepções diretas e indiretas que a pessoa tem de seu corpo e a maneira como este é percebido pelos outros.

O *self* ético-moral é formado pelas auto-avaliações do indivíduo e pelas percepções sociais provenientes dos outros, que este incorpora (TAMAYO, 1981).

Com base nestas auto-avaliações o indivíduo forma uma imagem de si que é completada pela forma como ele é percebido pelos outros.

Em um estudo posterior, Tamayo (2001) define autoconceito como uma estrutura cognitiva que organiza as experiências passadas do indivíduo, reais ou imaginárias, controla o processo informativo relacionado consigo mesmo e exerce uma função de regulação.

Os estudos apontados relacionam o autoconceito à atividade física, ou a outras atividades, mas não foi encontrado um estudo que o relacionasse a busca por clínicas estéticas, assim, a pergunta deste trabalho de porque as mulheres procuram clínicas de estética permanece sem resposta e o método descrito abaixo pretende responder em parte a esta pergunta.

### 3 MÉTODO DA PESQUISA

Neste Capítulo será apresentado o método da pesquisa utilizada no trabalho. Baseou-se em uma pesquisa de campo exploratória, com aplicação de entrevistas e questionários.

A primeira etapa foi a realização das entrevistas individuais. Para cada entrevistado eram feitas cinco perguntas: 1) O que é beleza para você?; 2) Como você se enxerga dentro disso? ; 3) Por que o interesse em se cuidar? ; 4) Por qual razão procurou uma clínica de estética? ; 5) Que tipo de tratamento está realizando? Quais pretende realizar?

A metodologia utilizada nos questionários baseou-se no Inventário Feminino dos Esquemas de Gênero do Autoconceito (IFEGA) (GIOVANI; TAMAYO, 2000). O IFEGA é composto por duas escalas (masculina e feminina), que avaliam os esquemas masculino e feminino do autoconceito das mulheres. A escala feminina é composta pelos fatores: Sensualidade, Inferioridade e Ajustamento Social. Já a escala masculina é composta pelos fatores: Arrojamento, Egocentrismo e Negligência. A amostra foi composta por 10 mulheres, com faixa etária média de 39,3 anos, sendo 5 casadas, 3 solteiras, 1 divorciada e 1 viúva.

Visando obter maiores dados para a pesquisa, junto ao questionário IFEGA, ao final da página, foram acrescentados os itens: Idade, Peso, Altura, Escolaridade e Estado Civil.

O respondente deveria utilizar uma escala de 5 pontos (0 a 4), na qual o escore 0 (zero) indicava que a frase não se aplicava ao respondente, até o escore 4, indicando que a frase aplicava-se totalmente ao respondente.

Tanto as entrevistas quanto os questionários foram realizados na sala de psicologia do Centro Clínico Femmina<sup>1</sup>. Foram necessários dois dias para conseguir realizar as 10 entrevistas e questionários. A escolha das entrevistadas foi por conveniência, ou seja, era convidada a participar a paciente que estivesse no local. A assistente do médico informava as pacientes a respeito da pesquisa e as que se dispunham a participar eram acompanhadas até a sala de psicologia, onde uma monitora explicava como seria realizada a pesquisa. Após concordar com os procedimentos, a paciente participava de uma entrevista individual, composta por cinco perguntas. As respostas eram livres, sem tempo determinado. Terminada a

entrevista, a participante iniciava o preenchimento do questionário e ao final, entregava-o à pesquisadora que o guardava em uma pasta.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Participaram da presente pesquisa dez mulheres escolhidas dentre as pacientes. Uma análise foi realizada sobre os resultados obtidos nos dois métodos de coleta de dados utilizados na pesquisa, serão apresentados a seguir, os resultados e suas discussões.

Nas entrevistas, compostas por cinco perguntas, foram encontrados pontos em comum entre as respostas dos participantes, assim como foram encontradas respostas que, à primeira vista, parecem discrepantes, mas possuem explicação teórica. Nas tabelas a seguir, serão apresentadas as perguntas acompanhadas das respostas obtidas, assim como a frequência do número de questionários com a mesma resposta.

Segundo a amostra pesquisada, a maioria das entrevistadas, nove entre dez, respondeu que a beleza é uma relação do interior com o exterior da mulher, uma relação da aparência física com o sentimento, como citou uma das entrevistadas: “Se está bem o seu interior, o seu exterior também está maravilhoso”. Este resultado é corroborado pela pesquisa de Clay, Vignoles e Dittmar (2005), que afirmaram haver uma ligação entre auto-estima e aparência. Tamayo (1994) identificou quatro valores que parecem ser característicos da cultura brasileira, dentre eles está a vaidade. Sendo a vaidade um valor do brasileiro, o resultado obtido com relação à importância da beleza parece ser discrepante, já que apenas 4 dentre as 10 entrevistadas afirmaram considerar a beleza algo importante em suas vidas. Esta discrepância pode ser explicada pela perspectiva multidimensional do autoconceito que pode ser real, ideal e social (SIRGY, 1982, P. 287). Neste caso, um autoconceito social, que se refere a como a pessoa se apresenta para a sociedade, deixando de dizer o que realmente pensa, por medo de não ser aceita socialmente. Relacionar beleza à saúde, como fizeram duas entrevistadas, é esperado, já que se trata de uma clínica de estética, onde os procedimentos são realizados por médicos. Os demais resultados da tabela não foram significativos.

Tabela 1: Descritivo das categorias de respostas do que é beleza para as participantes

1) O que é beleza para você?		
Respostas	Exemplos	Frequência
Sentimento Interior/Exterior	“É estar bem, aí você fica bonita de verdade” Participante I	9
Importante	“Eu acho que é fundamental” Participante B	4
Saúde	“Beleza é a mulher ficar bem. Boa de saúde.” Participante B	2
Se cuidar	“Beleza é ficar se cuidando” Participante A	1
Admirar/Desejar	“... ser admirada, desejada, quem não gosta?” Participante J	1
Rotina	“É algo importante, que faz parte do dia-a-dia” Participante H	1
Melhorar	“... é procurar melhorar” Participante A	1

Metade das entrevistadas afirmaram estar insatisfeitas com a sua aparência física e apenas 4 entrevistadas responderam ter expectativa de uma melhora futura. Esses resultados não significam que apenas estas entrevistadas estão insatisfeitas com a sua beleza atual ou esperam melhorar futuramente, isso significa que as demais não conseguiram responder às perguntas devido à forma como se vêem e como se apresentam aos demais, disciplinando suas ações. Devido a preocupações de aceitação social as entrevistadas reprimem suas opiniões e passam a imagem que acreditam ser mais aceitável pela sociedade. Isto ocorre também nas respostas seguintes, onde 3 entrevistadas disseram estar bem com a sua beleza, apenas 3 disseram se esforçar para manter a beleza, 2 se consideraram vaidosas e 2 consideraram sua beleza normal. As respostas permeiam a perspectiva ideal e social de Sirgy, tentando passar nas respostas como a pessoa gostaria de se ver. São mulheres que estão passando por mudanças, e mudanças geram sofrimento. Elas gostariam de se sentir bem. As que não responderam se esforçar para manter a beleza realmente não gostariam de se esforçar, mas se esforçam, já que procuraram um tratamento para isso. Tamayo (1994), em um de seus estudos identificou a vaidade como um dos valores do brasileiro, apresentando sua definição como “preocupação e cuidado com a minha aparência”(TAMAYO, 1994, p. 275). No caso de apenas duas afirmarem se considerar vaidosas demonstra o conflito interno que

as demais entrevistadas estão vivendo, tentando dar respostas que não se encaixam com a realidade.

**Tabela 2: Descritivo das categorias de respostas de como as participantes se enxergam**

<b>2) Como você se enxerga dentro disso?</b>		
<b>Respostas</b>	<b>Exemplos</b>	<b>Frequência</b>
Insatisfeita	“Gostaria de me sentir bem como eu me sentia antes” Participante I	5
Expectativa de melhora futura	“... sei que posso ficar do jeito que eu quero” Participante J	4
Bem	“Eu me sinto bem, estou legal” Participante F	3
Esforço para manter a beleza	“Eu faço o que está ao meu alcance para me manter bonita” Participante A	3
Vaidosa	“Eu sou vaidosa, mas sem exagero.” Participante H	2
Beleza Normal	“Eu acho que eu tenho uma beleza normal” Participante C	2

Conforme a Tabela 3, dentre as 10 participantes, 7 relacionaram o interesse em se cuidar à auto-estima. Este resultado confirma as pesquisas de Clay, Vignoles e Dittmar (2005), que afirmam haver ligação entre auto-estima e aparência. Dessa forma, pode-se afirmar que a beleza tem uma influência capaz de alterar a auto-estima da mulher. O interesse em se cuidar por razões de saúde aparece nas respostas de 3 participantes, um resultado baixo, mas esperado, por não se tratar do principal motivo de se cuidar. Segundo a tabela 3, apenas duas entrevistadas associaram o interesse em se cuidar à aprovação social e apenas uma deu a entender se cuidar por ser uma norma social. A frequência baixa destes resultados comprova a multidimensionalidade do autoconceito (SIRGY, 1982), onde na dimensão social o indivíduo se apresenta de maneira diferente de como se enxerga. Isto é comprovado nos resultados obtidos através do questionário baseado no IFEGA (Inventário Feminino dos Esquemas de Gênero do Autoconceito).

**Tabela 3: Descritivo das categorias de respostas do porquê do interesse das participantes em se cuidar**

<b>3) Por que o interesse em se cuidar?</b>		
<b>Respostas</b>	<b>Exemplos</b>	<b>Frequência</b>
Auto-estima	“Prá me sentir melhor comigo mesma” Participante G	7
Saúde	“É pura questão de saúde” Participante E	3
Aprovação Social	“... mas também pela forma como as outras pessoas te tratam, te olham...” Participante B	2
Obrigação/Norma social	“Acho que é da própria mulher isso aí” Participante A	1

Segundo a pesquisa, a razão pela qual 4 das entrevistadas afirmaram procurar uma clínica de estética foi a segurança e confiança no tratamento, no profissional e nos resultados, o que pode ser interessante em um sentido de melhorar o atendimento e procurar passar maior credibilidade e segurança para a paciente. Três pacientes afirmaram buscar uma clínica de estética por questões de saúde, resposta esperada por ser uma clínica onde há médicos especialistas. As baixas frequências das respostas solução e rapidez de resultados podem ser explicadas pelo autocontrole do indivíduo, forma como ele disciplinou suas respostas. A resposta opção aparece de forma a tentar convencer a sociedade, no caso a entrevistadora, de que a busca por um aprimoramento estético não tem muita importância, como na perspectiva multidimensional de autoconceito (SIRGY, 1982), neste caso a dimensão aplicada é a social, onde a pessoa se apresenta para os outros de forma pensada.

**Tabela 4: Descritivo das categorias de respostas da razão pela qual as participantes procuraram uma clínica de estética.**

<b>4) Por qual razão procurou uma clínica de estética?</b>		
<b>Respostas</b>	<b>Exemplos</b>	<b>Frequência</b>
Segurança/ Confiança	“É sempre mais seguro, né?” Participante H	4
Saúde	“Ver que eu sei que estou ótima e super sadia, prá fazer um tratamento sem problemas.” Participante C	3
Solução	“Porque o que eu quero a academia não resolve.” Participante J	3
Rapidez de Resultados	“Sei lá, eu uso cremes também, mas eu sei que aqui o resultado é mais rápido” Participante I	3
Opção	“... como tem um tratamento que pode atenuar e a gente pode estar melhorando, então por que não tentar? ” Participante B	3

A tabela 5 apresenta um panorama dos tratamentos que já foram realizados, dos que estão sendo realizados e dos que ainda serão. Pode-se ver na tabela que o Peeling/Retirada de Manchas, a redução de gordura localizada e o controle da gordura ou acompanhamento de peso, são os tratamentos com maior frequência. Segundo as entrevistadas, o Fio-Russo, a atenuação de estrias e o tratamento de varizes (Escleroterapia), são os tratamentos que os pacientes tem maior pretensão de realizar. Oito dentre as dez entrevistadas tem intenção de realizar algum procedimento estético futuramente, sendo que apenas duas já haviam realizado outros tratamentos. Portanto, através das respostas obtidas na tabela 5, pode-se inferir que quem realiza um procedimento estético tende, ou pelo menos demonstra interesse em realizar outros posteriormente. A transcrição de todas as entrevistas está anexada ao trabalho.



**Tabela 5: Descritivo das categorias de respostas de quais tratamentos as participantes estão realizando e quais pretendem realizar**

<b>5) Quais tratamentos você está realizando e quais pretende realizar futuramente?</b>		
	<b>Respostas</b>	<b>Frequência</b>
Já realizou	Bioplastia nos lábios	2
	Queda de cabelo	1
Está realizando	Manchas/Peeling	3
	Gordura localizada	3
	Redução/controle de gordura	3
	Atenuação de Estrias	1
	Varizes (Escleroterapia)	1
	Fio-russo	2
Pretende realizar	Atenuação de Estrias	2
	Varizes (Escleroterapia)	2
	Gordura localizada	1
	Redução da celulite	1

Tabela 6

*Média das resposta da ocorrência dos itens na vida das participantes*  
Escala Feminina

Fator 1 - Sensualidade	Média
01) Preocupo-me com a minha aparência	3,7
02) O meu jeito de ser agrada as pessoas	2,6
03) Visto-me com elegância	2,6
04) Sou atraente	2,5
05) Meu jeito de ser é sensual	2,3
06) Sou charmosa	2,1
07) A harmonia de minhas formas corporais atrai as pessoas	2,1
08) Minha beleza física atrai as pessoas	2,1
09) A forma como me movimento exprime sensualidade	2,1
10) Seduzo as pessoas com o meu charme e sensualidade	1,6
11) A forma como me visto é peça fundamental na arte da sedução	1,5
Fator 2 - Inferioridade	Média
01) Vivo calada e recolhida em meus pensamentos	2,5
02) Desconfio das intenções dos outros	2,3
03) Sinto-me deslocada em eventos sociais	2,3
04) Sou tímida	2,3
05) Vejo segundas intenções nas atitudes dos outros	1,8
06) Dependo do apoio dos demais para tomar minhas decisões	1,8
07) Trago comigo a lembrança de cada ofensa e de seu ofensor	1,7
08) Quando convém, transpareço ser aquilo que não sou	1,5
09) Vivo dividida entre aquilo que quero e aquilo que esperam de mim	1
10) Tomo as minhas decisões, baseando-me nas opiniões dos outros	1
11) Sinto ciúme quando os outros se aproximam de pessoas que eu gosto	1
12) Presto favores quando sei que poderei retirar alguma vantagem	0,8
13) Planejo o troco de cada ofensa recebida	0,8
14) Invejo aqueles que alcançam aquilo que eu gostaria de alcançar	0,6
15) Gosto de saber tudo o que está se passando na vida dos outros	0,2
16) Gosto de falar da vida dos outros	0,2
Fator 3 - Ajustamento Social	Média
01) Sou honesta	4
02) Sou íntegra	3,9
03) A lealdade faz parte dos princípios que regem a minha vida	3,9
04) Sou sensível à dor e ao sofrimento dos outros	3,9
05) Sou caprichosa ao realizar as minhas tarefas	3,8
06) Sou romântica	3,8
07) A moral rege a minha conduta d'aria	3,7
08) Tomo cuidado para que minhas atitudes não venham prejudicar terceiros	3,6
09) Minha conduta segue as normas ditadas pela moral e os bons costumes	3,3
10) Sou delicada	3,2
11) A fidelidade faz parte dos princípios que regem a minha vida	3,1
12) Acredito em amores eternos	1,8

Escala Masculina	
Fator 1 - Arrojamento	Média
01) Procuro ser original naquilo que faço	3,9
02) Busco minhas metas com determinação	3,8
03) Luto pelos meus ideais	3,8
04) Procuro me destacar naquilo que faço	3,5
05) Busco prazer em tudo o que faço	3,5
06) Luto por aquilo que desejo	3,5
07) Trato os assuntos com objetividade	3,4
08) Tenho idéias inovadoras naquilo que faço	3,2
09) Exponho os meus pensamentos de forma lógica	3,1
10) Sou criativa	3
11) Resolvo os problemas de forma prática	2,9
12) Busco as novas tendências no campo em que trabalho	2,8
13) Vou direto aos assuntos, sem fazer rodeios	2,7
14) Gosto de enfrentar novos desafios	2,4
15) Expresso as minhas opiniões, sem medo de ser criticada	2,2
16) Gosto de assumir a liderança	2,2
17) Procuro viver uma vida sem rotinas	2,2
Fator 2 - Egocentrismo	Média
01) Irrito-me quando os meus planos não se realizam conforme o planejado	2,2
02) Fico mal-humorada ao ter os meus desejos contrariados	1,8
03) Gosto de exercer o controle sobre os outros	1,4
04) Fico violenta ao ser contrariada	1,2
05) Quero que aquele(s) que amo só tenham olhos para mim	1,1
06) Quero que os meus desejos prevaleçam sobre os dos demais	1
07) Sou grosseira com aqueles que me contrariam	1
08) Faço comentários depreciativos daquele e/ou daquilo que me incomodam	0,9
09) Gosto de cutucar os pontos fracos das pessoas	0,4
10) Transfiro para os outros aquelas tarefas que deixei de cumprir	0,4
11) Agrido verbalmente as pessoas quando me sinto frustrada	0,3
12) Sou injusta com as pessoas quando tenho os meus desejos contrariados	0,3
Fator 3 - Negligência	Média
01) Sou desorganizada	1,7
02) Sou desleixada com a minha aparência física	1,4
03) Sou descuidada com a minha saúde	1,3
04) Por preguiça, deixo para amanhã o que posso fazer hoje	1,3
05) Minha forma de vestir é deselegante	1,1
06) Sou desleixada com as minhas coisas (roupas, objetos, etc)	1
07) Sou negligente com assuntos importantes	0,6

Todas as entrevistadas indicaram preocupar-se com a aparência. A lealdade, a Integridade e a sensibilidade à dor alheia, fazem parte da vida das 10 entrevistadas.

Os questionários revelaram os seguintes dados: as mulheres dão importância ao ajustamento social, já que de todas as escalas esta foi a mais endossada pelas entrevistas. A incoerência entre este resultado e o resultado obtido nas entrevistas individuais comprovou a importância que a aprovação social tem na vida das entrevistadas. Sete mulheres consideram-se sensuais, uma apresenta inferioridade, 9 são arrojadadas ou buscam arrojamento, 1 apresenta características egocêntricas e duas são negligentes. Todos os questionários apresentam uma esquemática tanto masculina como feminina.

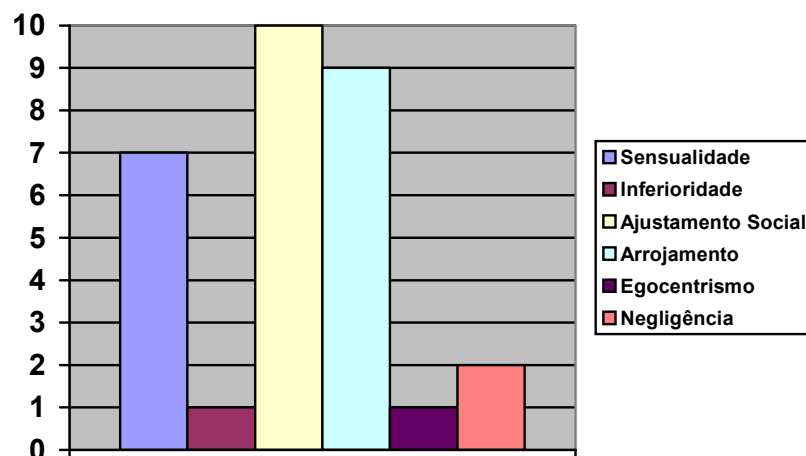


Fig.1 - Número de entrevistados inseridos em cada Fator

Com os resultados dos questionários foram realizadas correlações exploratórias e apresentaram três dados significativos. Na correlação Peso x Egocentrismo, o resultado mostrou que mulheres mais pesadas tendem a ser mais egocêntricas ( $r = 0,715$ ;  $p = 0,020$ ), mostrando preocupação excessiva consigo mesmas. Ao analisar a correlação Peso x Negligência, o resultado obtido foi de que mulheres com mais peso revelaram-se mais negligentes que as demais ( $r = 0,647$ ;  $p = 0,043$ ). A correlação de Altura x Inferioridade revelou que quanto mais alta a mulher, mais inferior ela se sente ( $r = 0,687$ ;  $p = 0,028$ ), contrariando o senso comum que tende a pensar o contrário. As demais correlações não foram significativas.

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

As mulheres procuram clínicas de estética para destacarem-se na sociedade. Sociedade que gera padrões, mutáveis, de beleza, de acordo com a cultura, a moda e os valores, onde as mulheres consumidoras de procedimentos estéticos sabem que o ajuste do autoconceito e o aumento da auto-estima, associados a formas de ostentação de poder, abrem portas tanto no mercado quanto nos círculos sociais. São mulheres arrojadas, que procuram destaque e originalidade naquilo que fazem, lutam pelo que desejam, buscam prazer em suas atividades. A beleza é utilizada como uma ferramenta de ajuste às demandas ideológicas do mercado e da sociedade de consumo.

Nesse sentido, este trabalho atingiu seu objetivo descrever quais fatores influenciam o comportamento e o autoconceito das mulheres que utilizam de procedimentos estéticos. Evidentemente não foi possível fazer um estudo conclusivo dadas as limitações do trabalho, entretanto, auxilia no desenvolvimento e na resposta de algumas das questões deixadas em aberto.

Uma das limitações desta pesquisa foi o número reduzido de entrevistadas. Houve poucas entrevistadas, devido ao número de pacientes atendidas por dia na Clínica de estética do Centro clínico Femmina e o tempo direcionado a cada paciente, média de uma hora, para procedimentos simples. Outra limitação foi a pouca quantidade de material bibliográfico em português, o que força uma tradução de textos em outros idiomas, ocasionando perdas de expressões específicas.

Para um trabalho posterior, sugere-se uma pesquisa com mais Clínicas de estética, distribuídas pelo Distrito Federal. Dessa forma, o fator Região Geográfica poderá ser analisado e correlacionado com os demais fatores, além de agregar o número de participantes para que estudos subseqüentes possam ser mais generalizáveis em termos de dados.

## 6 REFERÊNCIAS

ASCH, Solomon Elliott. **Psicologia Social**. 4. ed. São Paulo: Nacional, 1977.

BALL-ROKEACH, S.J.; ROKEACH, M.; GRUBE, J. W. The Great American Values Test. *Psychology Today*. Vol.18. n°.11, p. 34-41. 1984.

CLAY, D.; VIGNOLES, V. L.; DITTMAR, H. Body Image and Self-Esteem Among Adolescent Girls: Testing the Influence of Sociocultural Factors. **Journal of Research on Adolescence**. Vol. 15, n°. 4, p. 451–477. 2005.

COLEMAN, W. P. et al. **Cirurgia Cosmética: Princípios e Técnicas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Revinter, 2000.

DFTV. Distrito Federal, 2005. Disponível em:  
<<http://dftv.globo.com/Dftv/0,6993,VDD0-2982-20050722-103478,00.html>> . Acesso em: 25 mai. 2007.

ECO, Humberto. **História da Beleza**. São Paulo: Record, 2004.

EDMONDS, Alexander. 'The poor have the right to be beautiful': cosmetic surgery in neoliberal Brazil. **Journal of the Royal Anthropological Institute**. Nº 13, p. 363-381. 2007.

GIOVANI, A.; TAMAYO, A. Inventário Feminino dos Esquemas de Gênero do Autoconceito (IFEGA). **Estudos de Psicologia**, 10(1), 25-34. 2005.

GOMES, Nilma Lino. **Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

HEINBERG, L. J.; THOMPSON, J. K.; STORMER, S. Development and Validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire. **International Journal of Eating Disorders**. Vol. 17, n°. 1, p. 81-89. 1995.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MAZUR, Allan. Trends in feminine beauty and over adaptation. **Journal of Sex Research**, Vol. 22, n°. 3, p. 281-303. 1986.

NOVAES, Joana V.; VILHENA, Junia. De Cinderela a Moura Torta: Sobre a Relação Mulher, Beleza e Feiúra. **Interações**. Vol. VIII, nº. 015, p. 9-36. jan./jun. 2003.

PEQUENAS EMPRESAS E GRANDES NEGÓCIOS. Rio de Janeiro, 2007.

Disponível em :

<<http://empresas.globo.com/Empresasenegocios/0,19125,ERA577200-2506,00.html>>. Acesso em: 25 nov. 2007.

QUEIROZ, Renato da Silva. **O corpo do brasileiro**: estudos de estética e beleza, São Paulo, Senac, 1999.

SIRGY, Joseph M. Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*. v. 9, n 3, pg. 287. Dec. 1982.

SOCIEDADE Brasileira de Medicina Estética. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <[http:// www.sbme.org.br](http://www.sbme.org.br) /> . Acesso em: 23 mai. 2007

SOLOMON, Michael. **O Comportamento do Consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

TEIXEIRA, Sérgio Alves. **Produção e Consumo Social da Beleza**. Horizontes Antropológicos. 2001.

TAMAYO, Álvaro. Hierarquia de Valores Transculturais e Brasileiros. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 10, n. 2, p. 269-285. 1994.

TAMAYO, A. et al. A influência da atividade física regular sobre o autoconceito. **Estudos de Psicologia**. Vol. 6 n.2 Natal jul./dez. 2001.

## 7 APÊNDICE

### Apêndice 1: Estatísticas

#### Statistics

	N		Mean	Median	Mode	Std. Deviation	Minimum	Maximum
	Valid	Missing						
Idade Idade	10	0	39,30	38,50	25(a)	10,822	25	60
Peso Peso	10	0	56,20	54,50	52	7,997	47	74
Altura Altura	10	0	1,5990	1,6150	1,65	,07355	1,47	1,70
Escolaridade Escolaridade	10	0	2,60	3,00	3	,516	2	3
EstadoCivil Estado Civil	10	0	1,50	1,50	1(a)	,527	1	2
sensualidade	10	0	2,2909	2,3636	2,27	,77115	,45	3,18
inferioridade	10	0	1,3625	1,3125	1,31(a)	,46566	,63	2,38
ajustamentoso c	10	0	3,5000	3,5000	3,50	,27778	2,92	3,92
arrojamento	10	0	3,0647	3,2353	3,47	,59567	1,82	3,82
egocentrismo	10	0	1,0000	,9167	,17(a)	,78567	,17	2,58
negligencia	10	0	1,2000	,7857	,14(a)	1,16681	,14	3,71
pesoalt relação de altura e peso	10	0	35,1234	34,3831	28,48(a)	4,35982	28,48	43,53

a Multiple modes exist. The smallest value is shown

### Apêndice 2: Correlações

#### Correlations

		sensualidade	inferioridade	ajustament osoc	arrojamento	egocentrismo	negligencia
Idade Idade	Pearson Correlation	,321	,063	-,219	-,019	,081	-,284
	Sig. (2-tailed)	,365	,863	,544	,959	,825	,426
	N	10	10	10	10	10	10
Peso Peso	Pearson Correlation	,224	,596	-,163	,314	,715(*)	,647(*)
	Sig. (2-tailed)	,534	,069	,654	,377	,020	,043
	N	10	10	10	10	10	10
Altura Altura	Pearson Correlation	-,571	,687(*)	,344	-,231	,522	,367
	Sig. (2-tailed)	,085	,028	,330	,521	,121	,297
	N	10	10	10	10	10	10
pesoalt relação de altura e peso	Pearson Correlation	,452	,406	-,300	,433	,595	,577
	Sig. (2-tailed)	,189	,244	,400	,211	,069	,081
	N	10	10	10	10	10	10
Escolaridade Escolaridade	Pearson Correlation	-,259	-,427	,516	-,183	-,456	,042
	Sig. (2-tailed)	,470	,218	,126	,613	,185	,908
	N	10	10	10	10	10	10
EstadoCivil Estado Civil	Pearson Correlation	-,224	,113	,506	-,094	-,246	-,258
	Sig. (2-tailed)	,534	,756	,136	,797	,493	,472
	N	10	10	10	10	10	10
sensualidade	Pearson Correlation	1	-,149	-,346	,614	-,056	-,247
	Sig. (2-tailed)		,682	,328	,059	,879	,492
	N	10	10	10	10	10	10
inferioridade	Pearson Correlation	-,149	1	,251	-,073	,815(**)	,529
	Sig. (2-tailed)	,682		,485	,840	,004	,116
	N	10	10	10	10	10	10
ajustamentoso c	Pearson Correlation	-,346	,251	1	-,724(*)	-,138	,269
	Sig. (2-tailed)	,328	,485		,018	,704	,452
	N	10	10	10	10	10	10
arrojamento	Pearson Correlation	,614	-,073	-,724(*)	1	,225	-,224
	Sig. (2-tailed)	,059	,840	,018		,533	,535
	N	10	10	10	10	10	10
egocentrismo	Pearson Correlation	-,056	,815(**)	-,138	,225	1	,600
	Sig. (2-tailed)	,879	,004	,704	,533		,067
	N	10	10	10	10	10	10
negligencia	Pearson Correlation	-,247	,529	,269	-,224	,600	1
	Sig. (2-tailed)	,492	,116	,452	,535	,067	
	N	10	10	10	10	10	10

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Apêndice 3 : Respostas dos questionários

Seq.	SENSUALIDADE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Média
1	Preocupo-me com a minha aparência	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3,7
12	O meu jeito de ser agrada as pessoas	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2,6
14	A forma como me movimento exprime sensualidade	4	4	0	2	2	2	0	3	4	0	2,1
21	Minha beleza física atrai as pessoas	2	3	0	3	2	2	3	4	2	0	2,1
25	Seduzo as pessoas com o meu charme e sensualidade	0	0	3	1	2	2	2	3	3	0	1,6
26	A forma como me visto é peça fundamental na arte da sedução	2	4	1	0	4	0	0	2	2	0	1,5
34	A harmonia de minhas formas corporais atrai as pessoas	2	4	0	2	3	2	3	2	3	0	2,1
38	Sou charmosa	2	2	2	2	3	2	2	2	4	0	2,1
45	Sou atraente	2	3	2	4	2	4	1	3	4	0	2,5
68	Visto-me com elegância	3	4	2	3	2	2	2	4	4	0	2,6
74	Meu jeito de ser é sensual	3	4	3	2	3	2	2	3	1	0	2,3
		2,5	3,2	1,8	2,3	2,7	2,3	2,0	2,8	2,9	0,5	
	INFERIORIDADE											
3	Trago comigo a lembrança de cada ofensa e de seu ofensor	1	4	1	2	3	3	3	0	0	0	1,7
7	Sou tímida	2	4	0	2	1	4	3	3	0	4	2,3
10	Gosto de falar da vida dos outros	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0,2
15	Invejo aqueles que alcançam aquilo que eu gostaria de alcançar	0	0	0	4	0	0	0	2	0	0	0,6
17	Sinto-me deslocada em eventos sociais	0	0	3	3	3	3	2	4	4	1	2,3
18	Vejo segundas intenções nas atitudes dos outros	2	2	3	2	2	2	2	1	0	2	1,8
20	Planejo o troco de cada ofensa recebida	2	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0,8
31	Desconfio das intenções dos outros	3	4	3	3	2	2	2	0	1	3	2,3
39	Presto favores quando sei que poderei retirar alguma vantagem	2	0	0	2	0	0	0	0	4	0	0,8
43	Gosto de saber tudo o que está se passando na vida dos outros	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0,2
44	Sinto ciúme quando os outros se aproximam de pessoas que eu gosto	0	0	0	4	1	0	2	2	0	1	1
46	Quando convém, transpareço ser aquilo que não sou	2	4	3	2	0	0	1	1	0	2	1,5
49	Vivo calada e recolhida em meus pensamentos	3	4	0	3	2	3	3	3	0	4	2,5
64	Dependo do apoio dos demais para tomar minhas decisões	3	4	0	4	1	2	1	2	0	1	1,8
72	Vivo dividida entre aquilo que quero e aquilo que esperam de mim	0	0	0	2	0	2	3	0	0	3	1
73	Tomo as minhas decisões, baseando-me nas opiniões dos outros	0	0	0	3	1	0	2	0	1	3	1
		1,3	1,7	1,0	2,4	1,1	1,3	1,5	1,3	0,6	1,5	
	AJUSTAMENTO SOCIAL											
19	A fidelidade faz parte dos princípios que regem a minha vida	4	0	0	4	3	4	4	4	4	4	3,1
22	A moral rege a minha conduta diária	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3,7
27	A lealdade faz parte dos princípios que regem a minha vida	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3,9
35	Tomo cuidado para que minhas atitudes não venham prejudicar terceiros	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3,6
47	Sou caprichosa ao realizar as minhas tarefas	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3,8
55	Minha conduta segue as normas ditadas pela moral e os bons costumes	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3,3
57	Sou íntegra	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,9
59	Sou sensível à dor e ao sofrimento dos outros	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3,9
61	Sou delicada	3	4	2	4	3	4	3	4	2	3	3,2
69	Sou romântica	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
70	Acredito em amores eternos	0	0	0	0	4	2	4	2	2	4	1,8
75	Sou honesta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
		3,5	3,3	2,9	3,5	3,6	3,8	3,5	3,6	3,3	3,9	
	ARROJAMENTO											
2	Procuro me destacar naquilo que faço	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3,5
4	Trato os assuntos com objetividade	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3,4
9	Luto pelos meus ideais	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3,8
11	Exponho os meus pensamentos de forma lógica	3	4	4	3	4	3	3	2	4	1	3,1
16	Busco minhas metas com determinação	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3,8
24	Luto por aquilo que desejo	4	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3,5
29	Busco prazer em tudo o que faço	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	3,5
32	Resolvo os problemas de forma prática	3	3	4	3	2	3	3	3	4	1	2,9
33	Procuro ser original naquilo que faço	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3,9
40	Expresso as minhas opiniões, sem medo de ser criticada	2	4	3	3	0	2	3	1	4	0	2,2
42	Vou direto aos assuntos, sem fazer rodeios	3	4	3	4	3	2	2	4	2	0	2,7
50	Sou criativa	3	4	3	4	3	4	3	1	4	1	3
51	Procuro viver uma vida sem rotinas	2	2	3	3	4	2	3	0	2	1	2,2
52	Busco as novas tendências no campo em que trabalho	4	4	3	2	4	2	4	2	1	2	2,8
54	Gosto de enfrentar novos desafios	3	4	2	0	4	2	4	0	4	1	2,4
67	Gosto de assumir a liderança	3	4	4	0	2	2	3	0	4	0	2,2
71	Tenho idéias inovadoras naquilo que faço	3	4	4	3	4	2	3	1	4	4	3,2
		3,3	3,8	3,5	3,1	3,2	2,8	3,5	2,4	3,4	1,8	

EGOCENTRISMO												
5 Gosto de exercer o controle sobre os outros	0	2	4	4	0	0	3	0	0	1	1,4	
8 Gosto de cutucar os pontos fracos das pessoas	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0,4	
13 Quero que os meus desejos prevaleçam sobre os dos demais	3	0	3	2	0	0	0	0	2	0	1	
28 Transfiro para os outros aquelas tarefas que deixei de cumprir	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0,4	
30 Irrito-me quando os meus planos não se realizam conforme o planejado	4	4	0	2	2	0	2	3	1	4	2,2	
36 Fico violenta ao ser contrariada	0	4	0	3	0	0	2	1	0	2	1,2	
37 Quero que aquele(s) que amo só tenham olhos para mim	2	0	0	4	0	2	1	0	0	2	1,1	
56 Fico mal-humorada ao ter os meus desejos contrariados	3	4	0	3	0	0	3	3	0	2	1,8	
62 Faço comentários depreciativos daquele e/ou daquilo que me incomodam	2	2	0	3	0	0	1	0	0	1	0,9	
63 Sou grosseira com aqueles que me contrariam	3	4	0	2	0	0	1	0	0	0	1	
65 Agrido verbalmente as pessoas quando me sinto frustrada	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	
66 Sou injusta com as pessoas quando tenho os meus desejos contrariados	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0,3	
	1,7	1,7	0,8	2,6	0,2	0,2	1,1	0,6	0,3	1,0		
NEGLIGÊNCIA												
6 Sou descuidada com a minha saúde	0	2	0	4	2	0	0	0	3	2	1,3	
23 Sou desorganizada	3	0	0	4	3	1	0	0	3	3	1,7	
41 Sou desleixada com a minha aparência física	3	0	1	4	3	0	0	0	0	3	1,4	
48 Por preguiça, deixo para amanhã o que posso fazer hoje	3	0	0	3	3	0	0	0	2	2	1,3	
53 Minha forma de vestir é deselegante	2	0	0	3	0	0	1	3	0	2	1,1	
58 Sou desleixada com as minhas coisas (roupas, objetos, etc)	3	0	0	4	0	0	0	0	0	3	1	
60 Sou negligente com assuntos importantes	0	0	0	4	0	0	2	0	0	0	0,6	
	2,0	0,3	0,1	3,7	1,6	0,1	0,4	0,4	1,1	2,1		
Idade	30	60	41	37	29	35	25	53	43	40	39,3	
Peso	65	55	56	74	58	54	52	52	49	47	56,2	
Altura	1,63	1,55	1,60	1,70	1,53	1,67	1,65	1,54	1,47	1,65	1,599	
Escolaridade	3°	2°	2°	2°	3°	3°	3°	2°	3°	3°		
Estado Civil	C	V	C	C	<u>S</u>	D	S	C	C	S		

## 8. ANEXOS

### ANEXO A - Questionário baseado nos Itens do Inventário Feminino dos Esquemas de Gênero do Autoconceito (IFEGA)

Avalie o quanto cada frase se aplica a você. Respostas de 0 a 4.

0 (zero) = não se aplica a mim

4 = se aplica totalmente a mim

- 01 Preocupo-me com a minha aparência
- 02 Procuro me destacar naquilo que faço
- 03 Trago comigo a lembrança de cada ofensa e de seu ofensor
- 04 Trato os assuntos com objetividade
- 05 Gosto de exercer o controle sobre os outros
- 06 Sou descuidada com a minha saúde
- 07 Sou tímida
- 08 Gosto de cutucar os pontos fracos das pessoas
- 09 Luto pelos meus ideais
- 10 Gosto de falar da vida dos outros
- 11 Exponho os meus pensamentos de forma lógica
- 12 O meu jeito de ser agrada as pessoas
- 13 Quero que os meus desejos prevaleçam sobre os dos demais
- 14 A forma como me movimento exprime sensualidade
- 15 Invejo aqueles que alcançam aquilo que eu gostaria de alcançar
- 16 Busco minhas metas com determinação
- 17 Sinto-me deslocada em eventos sociais
- 18 Vejo segundas intenções nas atitudes dos outros
- 19 A fidelidade faz parte dos princípios que regem a minha vida
- 20 Planejo o troco de cada ofensa recebida
- 21 Minha beleza física atrai as pessoas
- 22 A moral rege a minha conduta diária
- 23 Sou desorganizada
- 24 Luto por aquilo que desejo

- 25 Seduzo as pessoas com o meu charme e sensualidade
- 26 A forma como me visto é peça fundamental na arte da sedução
- 27 A lealdade faz parte dos princípios que regem a minha vida
- 28 Transfiro para os outros aquelas tarefas que deixei de cumprir
- 29 Busco prazer em tudo o que faço
- 30 Irrito-me quando os meus planos não se realizam conforme o planejado
- 31 Desconfio das intenções dos outros
- 32 Resolvo os problemas de forma prática
- 33 Procuro ser original naquilo que faço
- 34 A harmonia de minhas formas corporais atrai as pessoas
- 35 Tomo cuidado para que minhas atitudes não venham prejudicar terceiros
- 36 Fico violenta ao ser contrariada
- 37 Quero que aquele(s) que amo só tenham olhos para mim
- 38 Sou charmosa
- 39 Presto favores quando sei que poderei retirar alguma vantagem
- 40 Expresso as minhas opiniões, sem medo de ser criticada
- 41 Sou desleixada com a minha aparência física
- 42 Vou direto aos assuntos, sem fazer rodeios
- 43 Gosto de saber tudo o que está se passando na vida dos outros
- 44 Sinto ciúme quando os outros se aproximam de pessoas que eu gosto
- 45 Sou atraente
- 46 Quando convém, transpareço ser aquilo que não sou
- 47 Sou caprichosa ao realizar as minhas tarefas
- 48 Por preguiça, deixo para amanhã o que posso fazer hoje
- 49 Vivo calada e recolhida em meus pensamentos
- 50 Sou criativa
- 51 Procuro viver uma vida sem rotinas
- 52 Busco as novas tendências no campo em que trabalho
- 53 Minha forma de vestir é deselegante
- 54 Gosto de enfrentar novos desafios
- 55 Minha conduta segue as normas ditadas pela moral e os bons costumes
- 56 Fico mal-humorada ao ter os meus desejos contrariados
- 57 Sou íntegra
- 58 Sou desleixada com as minhas coisas (roupas, objetos, etc)
- 59 Sou sensível à dor e ao sofrimento dos outros
- 60 Sou negligente com assuntos importantes
- 61 Sou delicada

- 62 Faço comentários depreciativos daquele e/ou daquilo que me incomodam
- 63 Sou grosseira com aqueles que me contrariam
- 64 Dependo do apoio dos demais para tomar minhas decisões
- 65 Agrido verbalmente as pessoas quando me sinto frustrada
- 66 Sou injusta com as pessoas quando tenho os meus desejos contrariados
- 67 Gosto de assumir a liderança
- 68 Visto-me com elegância
- 69 Sou romântica
- 70 Acredito em amores eternos
- 71 Tenho idéias inovadoras naquilo que faço
- 72 Vivo dividida entre aquilo que quero e aquilo que esperam de mim
- 73 Tomo as minhas decisões, baseando-me nas opiniões dos outros
- 74 Meu jeito de ser é sensual
- 75 Sou honesta

Idade:

Estatura:

Peso:

Estado civil:

Grau de escolaridade:

## ANEXO B - Respostas das Entrevistas

### 1) O que é beleza para você?

**A:** “Beleza pra mim é quase tudo, né? Se está bem o seu exterior, o seu interior também está maravilhoso. Beleza é ficar se cuidando, é estar de bem com a vida, é procurar melhorar. Eu acho que beleza é saúde também. (Frase solta: O jovem nunca é feio)”

**B:** “Beleza é como se fosse o cartão postal de cada mulher. Principalmente quando a gente chega em alguns lugares, prá procurar emprego hoje em dia, tão olhando isso, né? A beleza que a mulher tem. Eu acho que é fundamental.”

**C:** “Beleza é me sentir bem comigo mesma. Eu não preciso de um espelho, eu tenho de me sentir bem comigo mesma, não é olhar pro espelho e ver aquela mulher maravilhosa. Isso pra mim é estar bonita. Aí eu sou a mulher mais maravilhosa do mundo.”

**D:** “Beleza é a mulher ficar bem. Boa de saúde.”

**E:** “Aí é uma pergunta complexa. Beleza não tem a ver com o que eu vou fazer quando eu vou fazer um acompanhamento de peso não. Não tem a ver com a beleza não. Beleza pra mim é algo momentâneo, não tem nem muito a ver com aparência porque tem mais a ver com sentimento. Eu sinto se uma coisa é bela e se eu gosto daquela coisa, se eu não gosto, pode até estar atraente, mas não me interessa. Beleza é um sentimento.”

**F:** “Beleza é bem estar, né?”

**G:** “Estar bonita é se sentir bem. É assim que eu vejo. Toda a mulher gosta de estar bonita”.

**H:** “É algo importante, que faz parte do dia-a-dia, estar bonita, estar bem, se gostar.”

**I:** “Beleza..é estar bem comigo mesma. É estar bem, aí você fica bonita de verdade.”

**J:** “Beleza é essencial. Todo mundo olha, mas tem vergonha de dizer que é importante. Eu acho importante. Eu gosto de me sentir bonita, me faz bem, ser admirada, desejada, quem não gosta?”

### 2) Como você se enxerga dentro disso?

**A:** “Eu não me julgo uma mulher bonita, mas eu me julgo uma mulher muito bem cuidada. Eu me cuido muito. Eu faço o que está ao meu alcance para me manter bonita. Eu acho que mesmo uma mulher não sendo bonita, se ela se cuida bem, ela se torna uma pessoa bonita, interessante, atraente, né?”

**B:** “Eu sou muito vaidosa, eu quero estar sempre melhorando, quero estar sempre bem arrumada, pra chamar a atenção e expor a minha beleza, porque cada mulher tem a sua beleza, mas é diferente, né? Então eu acho que a gente tem que estar cada dia procurando uma melhora pra expor essa beleza.”

**C:** “Eu acho que eu tenho uma beleza normal. Eu não tenho nada que chame atenção. Eu não tenho olho que chama atenção, eu não tenho nariz que chama a atenção eu não tenho uma pele que chama atenção, eu não tenho nada, e isso também não me incomoda. Eu tenho um padrão de beleza normal e isso não me incomoda. Eu me sentindo bem comigo mesma, você não tem a noção da mulher que eu me sinto. E eu consigo passar isso para os outros, esse astral legal, eu consigo passar, consigo que chego a chamar a atenção das mulheres, porque se sentem incomodadas com o meu bem estar e consigo chamar a atenção dos homens também, mesmo não tendo nada que chame atenção.”

**D:** “Eu estando bem.”

**E:** “Tem a ver com bem estar físico, entre você e seu esforço. O meu esforço é menor que o meu desejo de estar magra.”

**F:** “Eu me sinto bem, estou legal.”

**G:** “Gosto de mim, mas tenho que me cuidar melhor. Só isso.”

**H:** “Eu sou vaidosa, mas sem exagero. Faço o que eu acho que vai me deixar com um visual legal.”

**I:** “Eu já fui muito bonita. Gostaria de me sentir bem como eu me sentia antes.”

**J:** “Sei que não estou do jeito que eu queria, mas é isso aí. To correndo atrás e sei que posso ficar do jeito que eu quero.”

### **3) Por que o interesse em se cuidar?**

**A:** “Acho que é da própria mulher isso aí. Às vezes eu vejo pessoas, bom, grande parte das mulheres, né? No meu trabalho, por exemplo, eu sou uma das mais velhas no meu setor de trabalho, e eu às vezes recebo elogios e eu me sinto às vezes mais bonita do que algumas meninas de 25 anos, que não se cuidam, comem errado. A base eu acho que é a alimentação, uma atividade física. Eu pratico atividade física tem uns 12 anos.”

**B:** “Ah, vaidade! Não só pra satisfazer as nossas vontades, mas também pela forma como as outras pessoas te tratam, te olham, então mais é por vaidade e por uma questão social também.”

**C:** “O que eu me preocupo mesmo é com essa questão da gordura, porque eu sempre fui magérrima, sabe? Assim, hoje eu pegar uma roupa e não servir mais isso.....(Sinal negativo com a cabeça). E eu tenho uma coisa comigo, antigamente eu vestia 34, 36, hoje eu visto 38.No dia de hoje se eu fosse vestir uma calça eu teria que vestir uma 40, então eu não visto. Eu só visto a 38. Eu só compro a 38. Se eu gostar de uma calça e ela não me servir, ficar apertada, eu compro ela de qualquer maneira, numeração 38, mas 40 nunca. Então eu só me preocupo com a gordura, eu não me preocupo assim de estar passando coisas no rosto, eu acho que nunca vou fazer uma plástica pra tirar minhas ruguinhas, nunca, é só a gordura, de eu querer vestir uma roupa e não me sentir bem, me sentir feia.

**D:** “

**E:** “É pura questão de saúde.”

**F:** “Eu gosto de me ver bem, com uma aparência boa.”

**G:** “Pra me sentir melhor comigo mesma, mais saudável, mais bonita. Eu acho muito importante.”

**H:** “Porque eu gosto de mim. Eu acho que todo mundo deveria se cuidar. Pena que eu não tenho muito tempo pra isso, mas eu sempre dou um jeito de arranjar um tempinho.”

**I:** “Quero estar de bem comigo, buscar me preservar. Eu tenho que me valorizar.”

**J:** “É uma questão de saúde também. Não adianta ficar bonita e acabar com a sua saúde. Isso é péssimo. No final das contas você fica pior e não adianta.”

#### **4) Por qual razão procurou uma clínica de estética?**

**A:** “O que a atividade física não consegue melhorar em mim eu estou tentando através do tratamento médico. Aqui eu estou fazendo tratamento para manchas do rosto, eu tenho muitas manchas, não porque eu sou morena ou por causa da idade, mas porque eu não me cuidei na juventude. Sol em excesso. Naquela época eu não usava protetor, ninguém pensava em beleza, eu acho. Eu não me cuidei na juventude e adquiri manchas. Então, com a idade, vieram as manchas, veio a gordura localizada, veio muita a flacidez e eu quero é envelhecer com saúde, e envelhecer com saúde é envelhecer bonita pra mim. Porque se eu ficar feia eu vou ficar doente, eu vou ficar deprimida, eu vou me sentir péssima. Eu procurei por isso, pra estar sempre bem comigo mesma.”

**B:** “Bem, eu porque desde novinha eu tenho estrias, então assim, a gente vai para um clube, vai para uma praia e sempre fica com vergonha, sai de canga, bota um short ou alguma coisa,



enfim isso sempre incomoda e as pessoas sempre reparam, né? Então como tem um tratamento que pode atenuar e a gente pode estar melhorando, então porque não tentar? Melhorar a aparência né? O interior da gente também, a beleza pode ser assim, às vezes você vestida fala assim: Nossa como eu sou bonita! Mas quando você tira a roupa você se olha no espelho e diz: Nossa como eu sou feia! Então se você quer se ver bonita tanto bem vestida como nua, é uma auto-estima da própria mulher.”

**C:** “Porque eu sou uma pessoa super sadia e eu não quero fazer uma coisa que venha me trazer conseqüências ruins, entendeu? Fazer por conta própria, porque eu posso fazer por conta própria, mas eu não quero fazer assim, eu quero fazer bem feito, eu quero fazer todos os exames, ver que eu sei que estou ótima e super sadia, pra fazer um tratamento sem problemas.”

**D:** “Pra me sentir melhor. Prá tratar de emagrecimento. Ir na loja, poder comprar uma roupa e ela ficar bem. Eu já fui a uma academia, mas eu não tenho tempo. Tenho uma filha de sete anos, então...”

**E:** “Para fazer o acompanhamento do meu peso e perder gordura.”

**F:** “Gordura localizada na barriga. É muito feio, quero perder isso”

**G:** “Olha, eu gosto de estar bonita e saudável. Eu não quero ter nenhum problema fazendo tudo de qualquer jeito. Assim é mais garantido.”

**H:** “É sempre mais seguro, né? Uma amiga me indicou e eu achei legal vir. Gostei e estou fazendo.”

**I:** “Porque fazer as coisas com um respaldo médico é melhor, né? Sei lá, eu uso cremes também, mas eu sei que aqui o resultado é mais rápido. Eu não tenho tempo.”

**J:** “Porque o que eu quero a academia não resolve. Essa gordura lateral da barriga não me faz sentir bem. Me incomoda.”

##### **5) Quais tratamentos você está realizando e quais pretende realizar futuramente?**

**A:** “Quando eu comecei aqui, eu tinha uma queda de cabelo acentuada por produtos químicos, aí eu fiquei quase um ano em tratamento, aí eu conheci o tratamento de manchas. Eu estou fazendo já o terceiro peeling, eu faço peeling, gordura localizada, eu fiz preenchimento de lábios e eu quero colocar fio (fio-russo) no rosto.”

**B:** “ Bem eu vou começar ainda, eu vou fazer atenuação de estrias. No momento este é o meu único interesse.”

**C:** “Estou tratando de redução e controle da gordura, prá eu não engordar. Se for pra tirar a gordura eu faço qualquer coisa, como já fiz, abdominoplastia, fiquei com uma cicatriz horrível, mas não me incomoda, porque o que me incomodava eu tirei, que era uma gordura que eu tinha. Aquilo é o que me incomodava. Então, eu ponho um biquíni maior, porque eu também não estou mais na idade de ficar vestindo fio-dental. Então essa cicatriz, daqui a uns dois anos eu quero ir novamente a um cirurgião plástico pra ver se ele pode melhorar isso, mas o que me incomodava já foi retirado. E estou muito feliz. Se eu não tivesse feito a cirurgia eu faria novamente.”

**D:** “Agora eu estou tratando de emagrecimento, mas eu pretendo fazer de varizes também e depois de emagrecer aí eu vou ver o que eu vou fazer.”

**E:** “Estou fazendo acompanhamento do peso, não tenho nenhum outro plano de fazer outros tratamentos.”

**F:** “Eu estou fazendo o de gordura localizada, mas quero fazer o de estrias e varizes, o resto eu penso depois.”

**G:** “Eu to fazendo o tratamento de varizes, mais pra frente quero diminuir a celulite.”

**H:** “Eu faço peeling e estrias, gostaria de eliminar umas gorduras localizadas também, mas não é agora.”

**I:** “Já fiz bioplastia na boca e faço Peeling. Eu quero ainda colocar fio russo, quando terminar meu tratamento.”

**J:** “Eu faço gordura localizada da barriga, mas se eu achar que eu preciso fazer outro tratamento eu faço. Sem problemas”